

電車内における 情報メディア利用の実態 － 10年間の推移 －

長田 咲
横田 麻里子
原田 隆史
糸賀 雅児

本日の発表の流れ

1 本研究の目的と意義

2 電車内情報メディア利用調査

3 メディア利用調査の結果（10年間）

4 関西調査との比較

5 電車内の情報メディア利用の推移

本日の発表の流れ

1 本研究の目的と意義

2 電車内情報メディア利用調査

3 メディア利用調査の結果（10年間）

4 関西調査との比較

5 電車内の情報メディア利用の推移

情報メディア利用に関する調査

調査例

総務省 (2013年)

「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」

主な調査方法

- ✓ アンケート調査 (質問紙法)
- ✓ 日記式調査

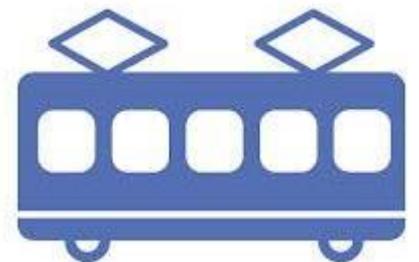
本研究の意義

調査場所

「電車内」 — **広範な年代**の人々が時間と空間を共有
各種の**情報メディア利用**の観察

調査方法

- ✓ 一貫した方法で実態を観察
- ✓ 大量のサンプルを同時に収集



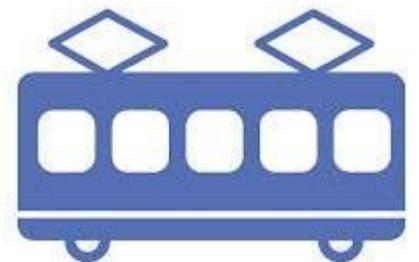
本研究の意義

研究目的

- ✓ 電車内における**メディア利用**の観察・分析

電車内を「**定点観測**」

→ 一般市民のメディア利用の**推移**を把握



本日の発表の流れ

1 本研究の目的と意義

2 電車内情報メディア利用調査

3 メディア利用調査の結果（10年間）

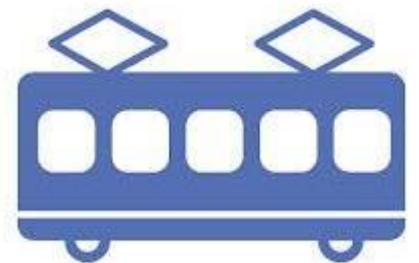
4 関西調査との比較

5 電車内の情報メディア利用の推移

電車内メディア利用調査の概要

調査概要

- ✓ 2004年～2013年（**10年間**）
- ✓ 調査者（学部生）による観察法
- ✓ 毎年**同時期**に、**同じ4路線**を調査
ほぼ毎年**2万人**を超える乗客データを収集



電車内メディア利用調査の方法

1) 車内の**乗客**を観察

2) **調査時期**を統一

3) **調査路線**を固定

電車内メディア利用調査の方法

1) 車内の**乗客**を観察

2) **調査時期**を統一

3) **調査路線**を固定

電車内メディア利用調査の方法

1) 車内の**乗客**を観察

性別

年代

姿勢（立ち・座り）

観察時点での行動

※調査項目はすべて、調査者（学部生）の目視による判断

電車内メディア利用調査の方法

1) 車内の**乗客**を観察

性別

年代

独自にカテゴリ化 →

観察時点での行動

※調査項目はすべて、調査者（学部生）の目視による判断

乗客の行動のカテゴリ

大カテゴリ	小カテゴリ	大カテゴリ	小カテゴリ
電子メディア	(h)携帯操作	無行動	(x)何もして いない
	(c)携帯通話		(z)睡眠
	(i)携帯音楽	非メディア	(a)車内広告
	(e)携帯機器		(d)飲食
	(g)ゲーム		(k)化粧・ 身だしなみ
紙メディア	(b)読書	(q)バッグ	
	(n)新聞	(t)会話	
	(s)スポーツ新聞	(w)書き物	
	(j)雑誌	(o)その他	
	(m)漫画		
	(p)ノート・印刷物		

乗客の行動のカテゴリ

大カテゴリ	小カテゴリ	大カテゴリ	小カテゴリ
電子メディア	(h) 携帯操作	無行動	(x) 何もしていない
	(c) 携帯通話		(z) 睡眠
	(i) 携帯音楽	非メディア	(a) 車内広告
	(e) 携帯機器		(d) 飲食
	(g) ゲーム		(k) 化粧・身だしなみ
紙メディア	(b) 読書		(q) バッグ
	(n) 新聞		(t) 会話
	(s) スポーツ新聞	(w) 書き物	
	(j) 雑誌	(o) その他	
	(m) 漫画		
(p) ノート・印刷物			

電車内メディア利用調査の方法

1) 車内の**乗客**を観察

2) **調査時期**を統一

3) **調査路線**を固定

電車内メディア利用調査の方法

2) 調査時期を統一

調査時期：10月中旬～11月中旬

時間帯：平日朝10～12時，夕17～19時

※雨天で雨傘を持つ乗客が多い日は調査しない

※各時間帯の調査サンプル数はほぼ均等

電車内メディア利用調査の方法

1) 車内の**乗客**を観察

2) **調査時期**を統一

3) **調査路線**を固定

電車内メディア利用調査の方法

3) 調査路線を固定

JR山手線

JR総武線

東急東横線

地下鉄丸ノ内線

※普通車両のみを対象とする

※上り・下りの調査サンプル数はほぼ均等

※終着駅の付近では調査をしない

電車内メディア利用調査の方法

1) 車内の**乗客**を観察

2) **調査時期**を統一

3) **調査路線**を固定

延べ**20万人**を超える乗客データを収集

本日の発表の流れ

1 本研究の目的と意義

2 電車内情報メディア利用調査

3 メディア利用調査の結果（10年間）

4 関西調査との比較

5 電車内の情報メディア利用の推移

電車内での行動率上位

	04年	05年	06年	07年	08年	09年	10年	11年	12年	13年
1位	何もしていない	携帯操作	携帯操作							
2位	会話	睡眠	睡眠	携帯操作	会話	携帯操作	携帯操作	携帯操作	何もしていない	何もしていない
3位	睡眠	会話	会話	睡眠	携帯操作	会話	会話	睡眠	携帯音楽	携帯音楽
4位	携帯操作	携帯操作	携帯操作	会話	睡眠	携帯音楽	睡眠	携帯音楽	会話	会話
5位	読書	車内広告	車内広告	車内広告	携帯音楽	睡眠	携帯音楽	会話	睡眠	睡眠
6位	携帯音楽	読書	読書	携帯音楽	読書	読書	読書	読書	読書	読書
7位	新聞	携帯音楽	携帯音楽	読書	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告

電車内での行動率上位

	04年	05年	06年	07年	08年	09年	10年	11年	12年	13年
1位	何もしていない	携帯操作	携帯操作							
2位	会話	睡眠	睡眠	携帯操作						
3位	睡眠	会話	会話	睡眠						
4位	携帯操作	携帯操作	携帯操作	会話						
5位	読書	車内広告	車内広告	車内広告	携帯音楽	睡眠	携帯音楽	会話	睡眠	睡眠
6位	携帯音楽	読書	読書	携帯音楽	読書	読書	読書	読書	読書	読書
7位	新聞	携帯音楽	携帯音楽	読書	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告

04年~06年調査

- ・何もしていない
- ・会話
- ・睡眠

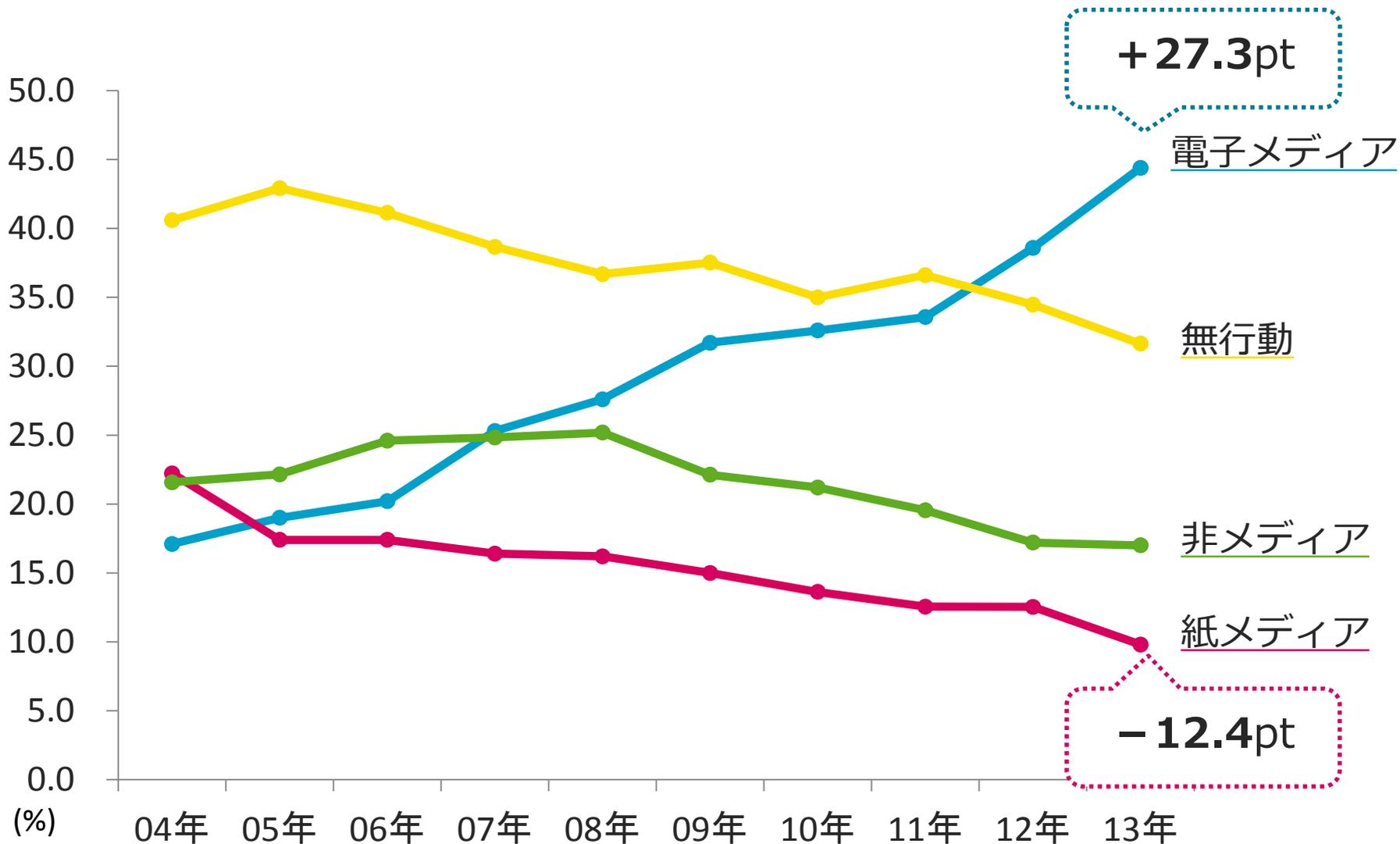
が上位

電車内での行動率上位

	04年	05年	06年	07年	08年	09年	10年	11年	12年	13年
1位	何もしていない	携帯操作	携帯操作							
2位	会話	睡眠	睡眠	携帯操作	会話	携帯操作	携帯操作	携帯操作	何もしていない	何もしていない
3位	睡眠	会話	会話	睡眠	携帯操作	会話	会話	睡眠	携帯音楽	携帯音楽
4位	携帯操作	携帯操作	携帯操作	会話						
5位	読書	車内広告	車内広告	車内広告	携					
6位	携帯音楽	読書	読書	携帯音楽						
7位	新聞	携帯音楽	携帯音楽	読書	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告	車内広告

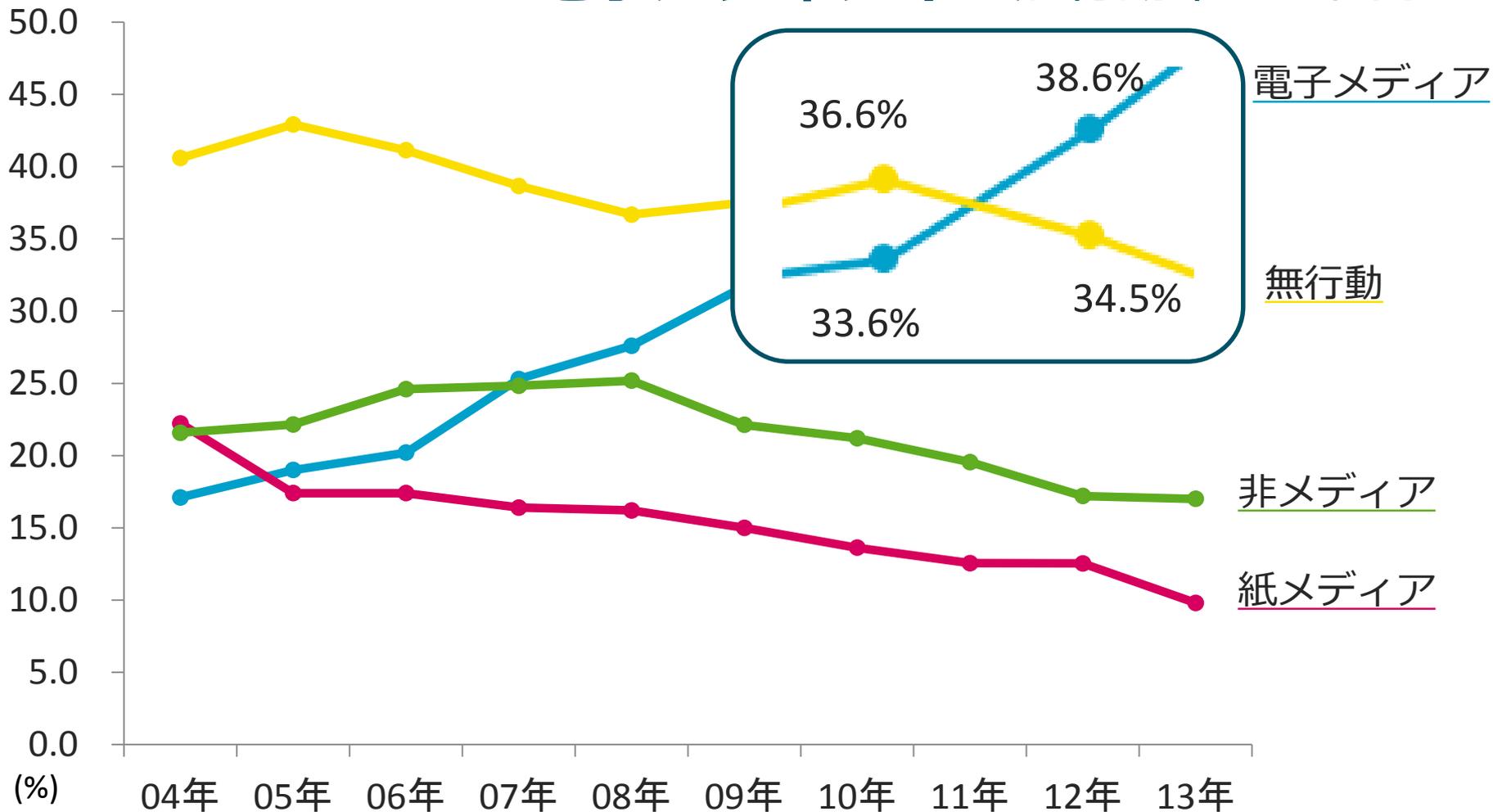
07年調査以降、
携帯操作の行動率が上昇

各メディアの利用状況

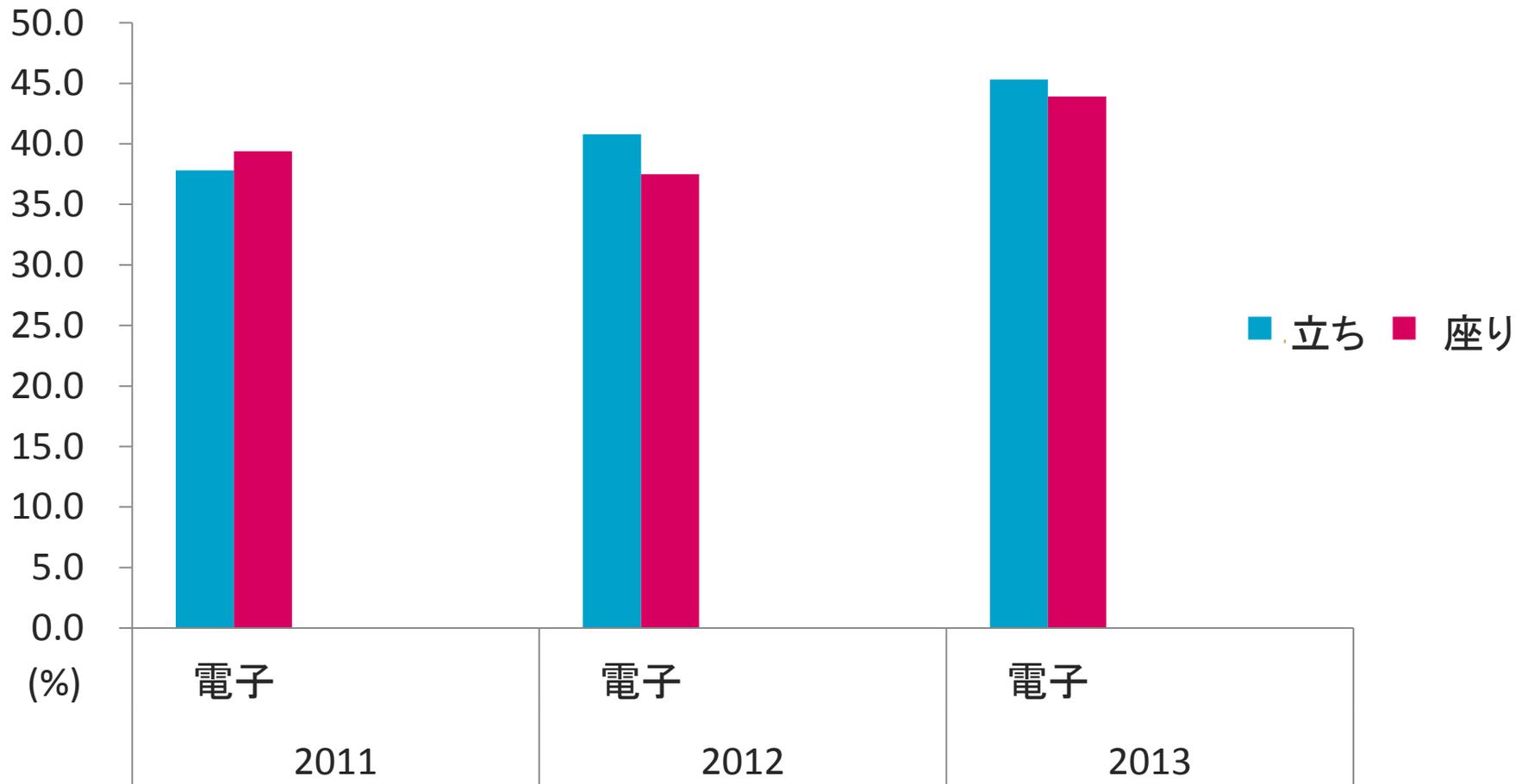


各メディアの利用状況

電子メディア率が無行動率を上回る

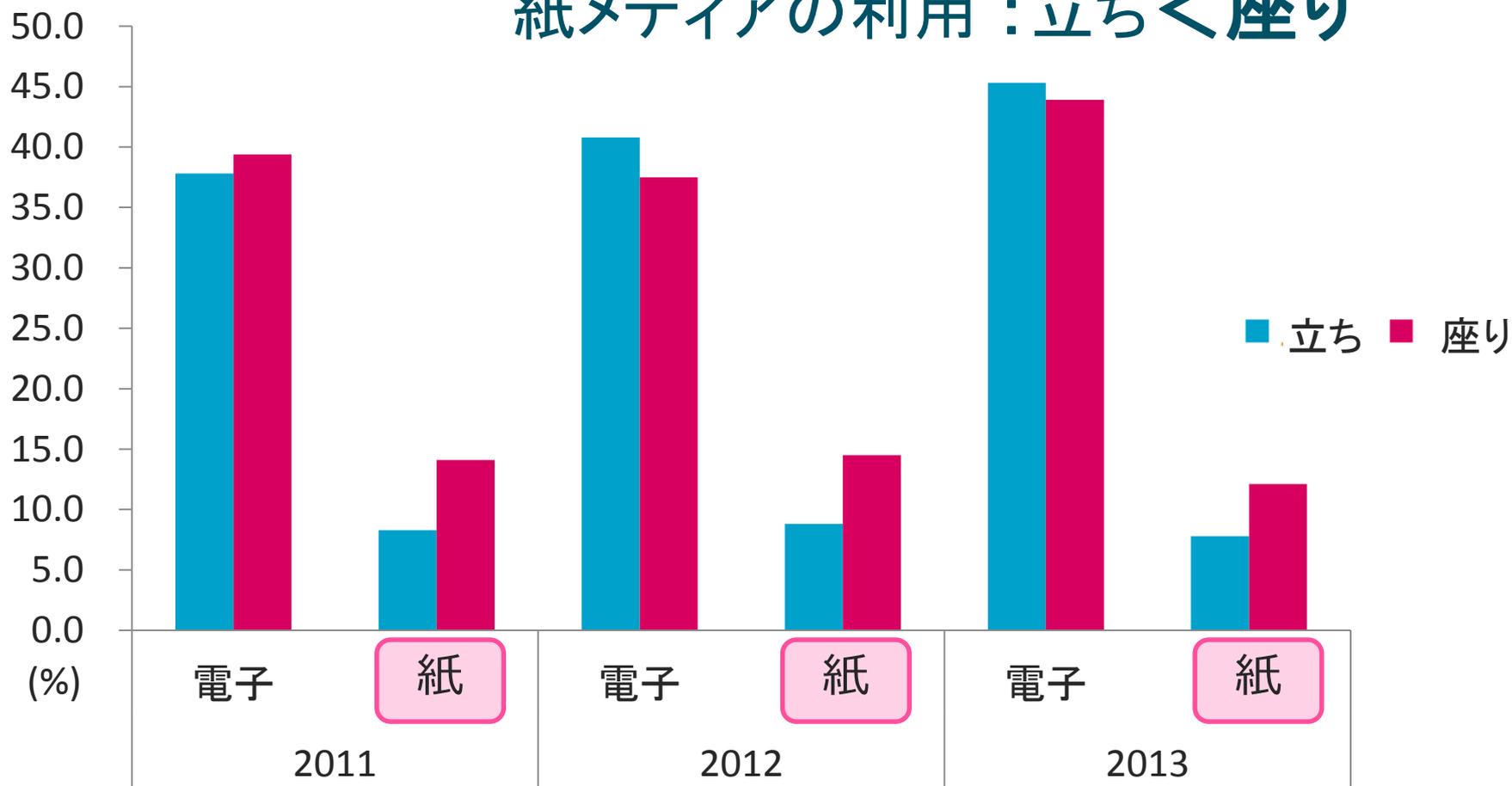


姿勢別によるメディア利用



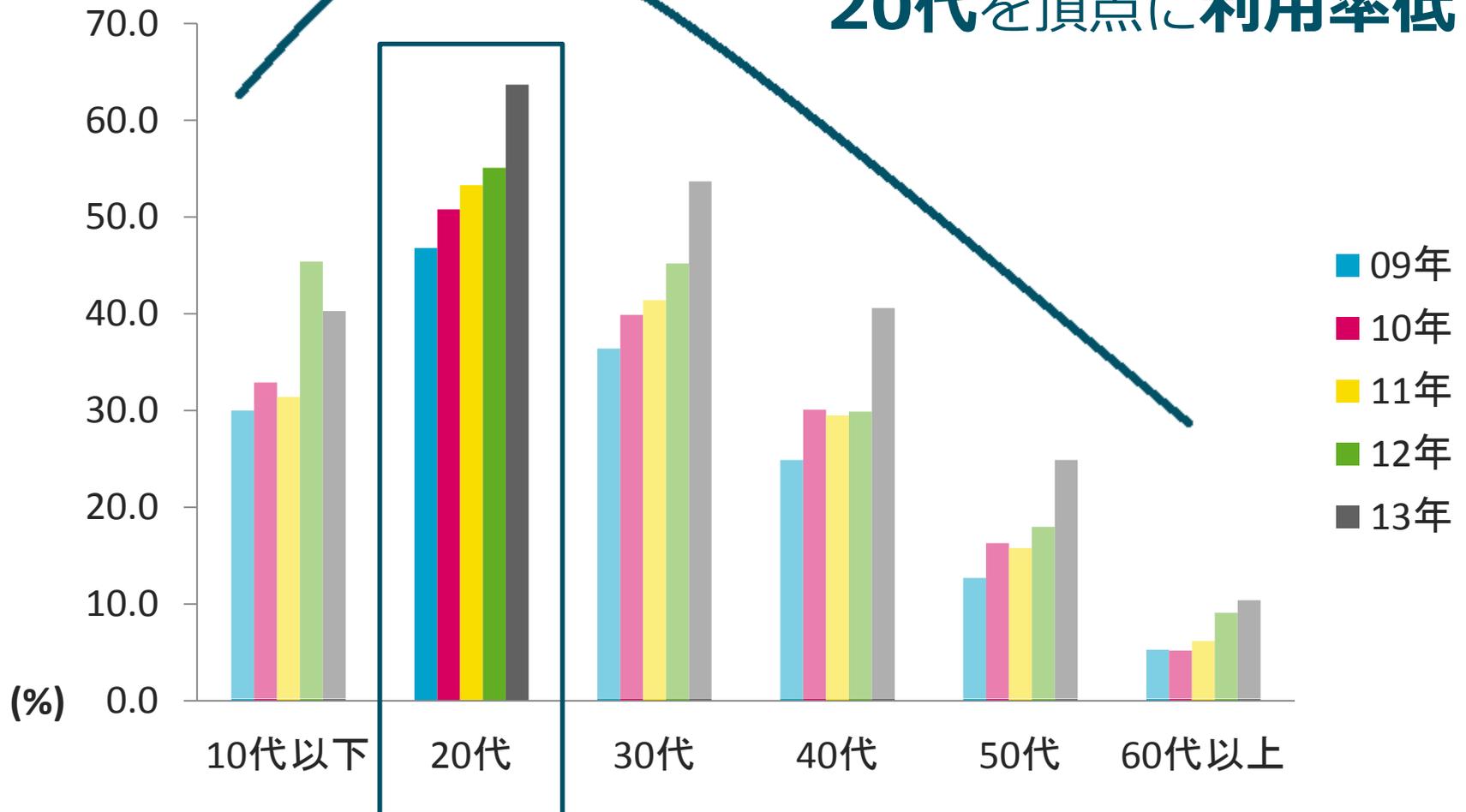
姿勢別によるメディア利用

紙メディアの利用：立ち<座り



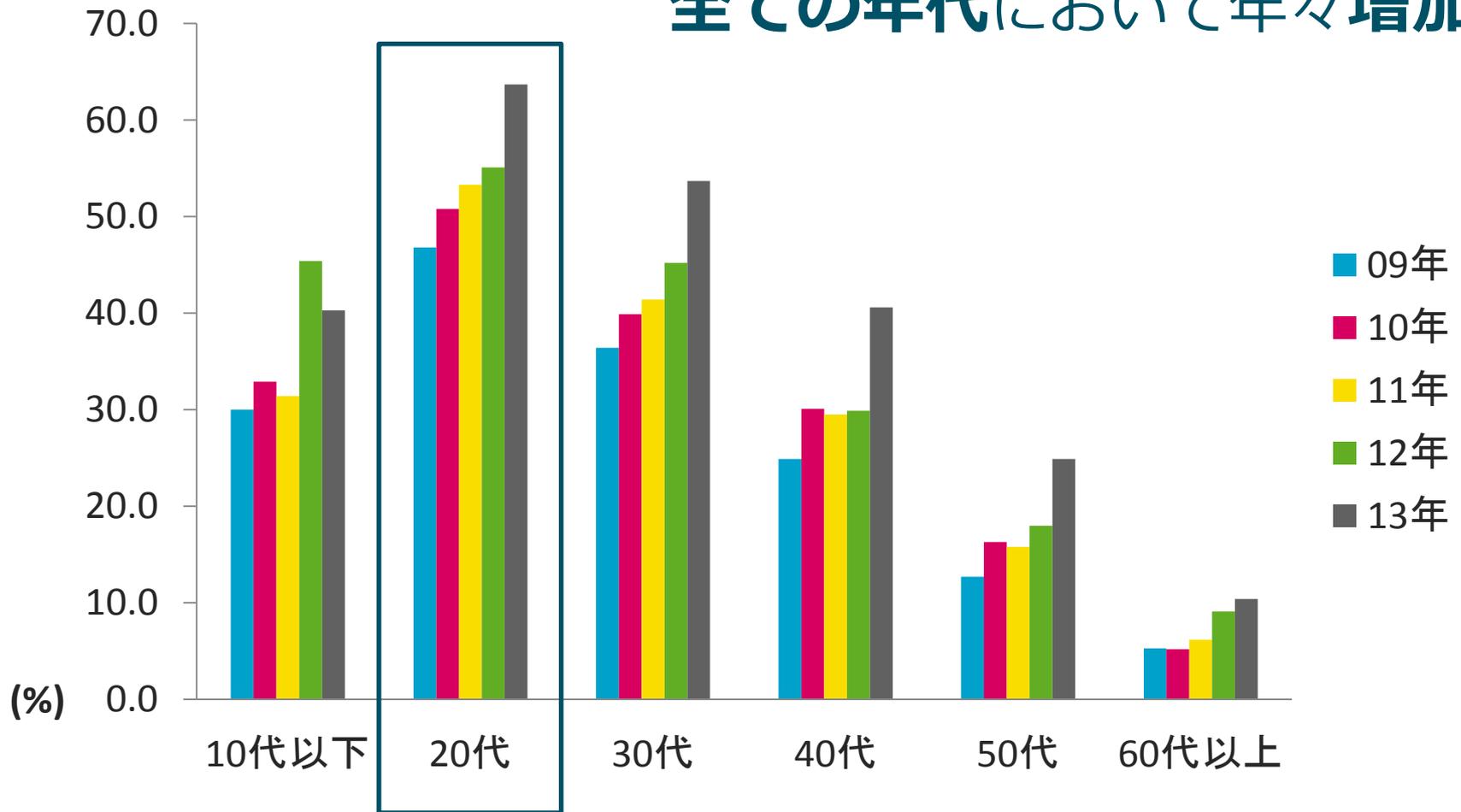
各年代の電子メディアの利用

20代を頂点に利用率低下



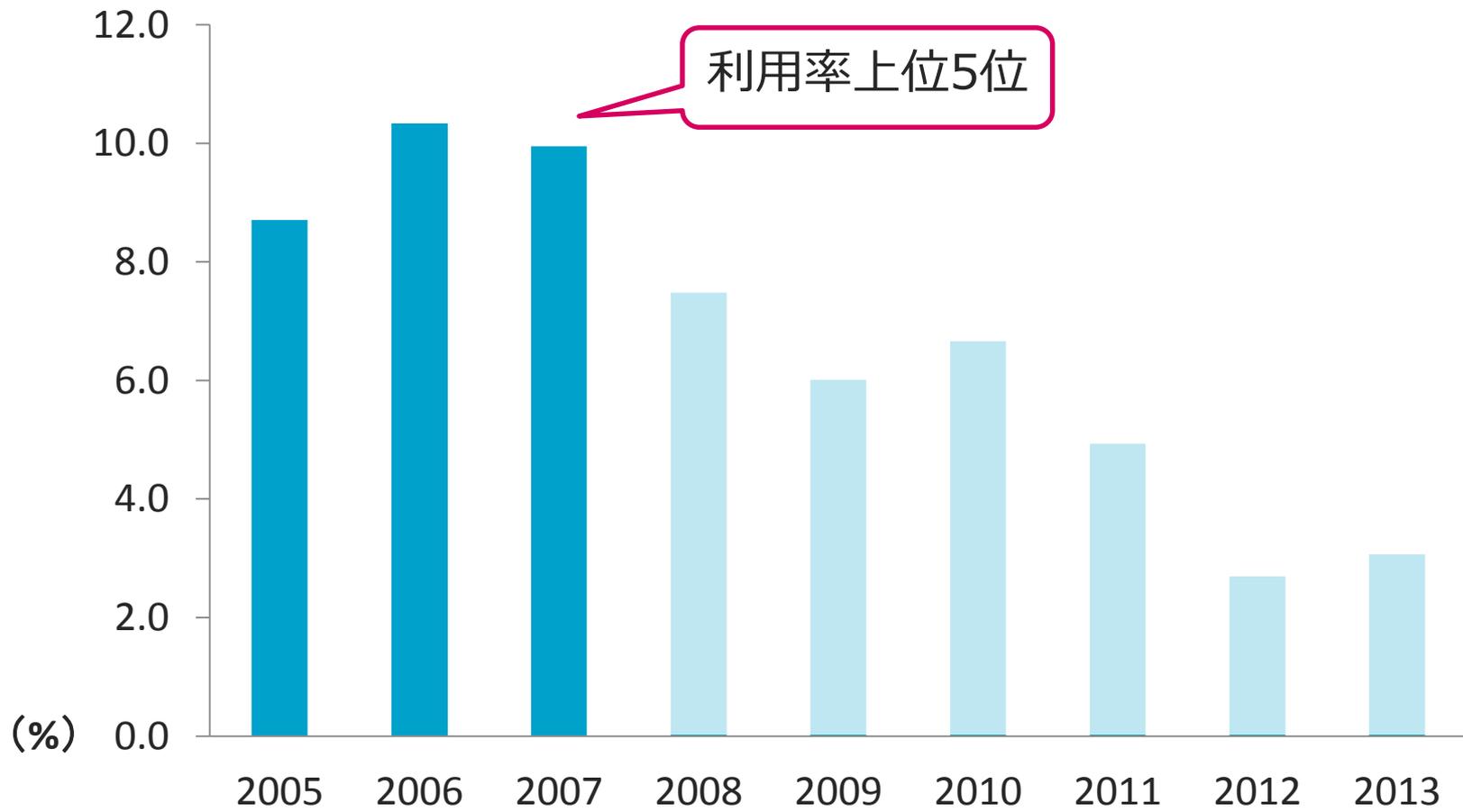
各年代の電子メディアの利用

全ての年代において年々増加



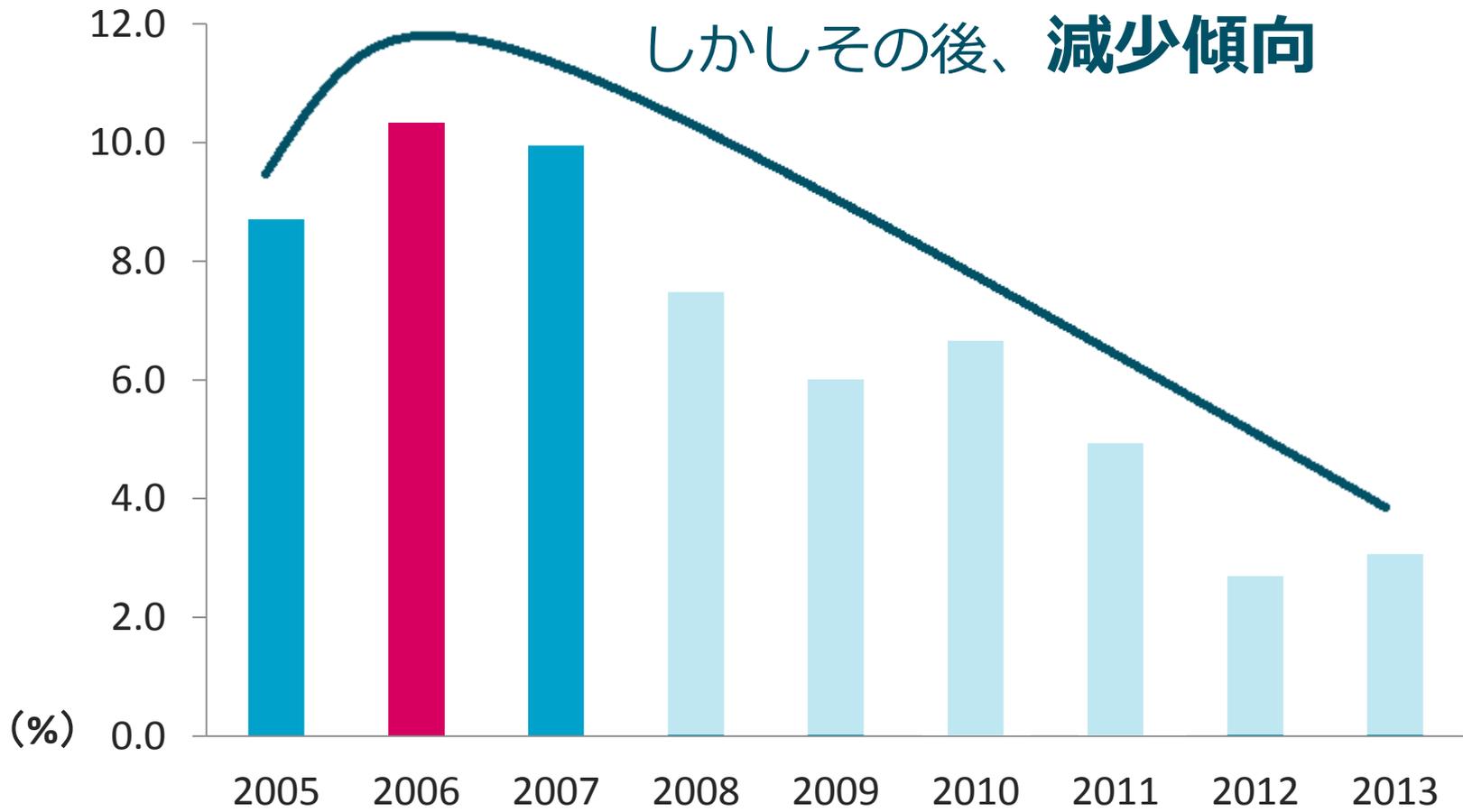
特徴のあるメディア：車内広告

車内モニター導入の流れ増加



特徴のあるメディア：車内広告

車内モニター導入の流れで増加
しかしその後、**減少傾向**



本日の発表の流れ

1 本研究の目的と意義

2 電車内情報メディア利用調査

3 メディア利用調査の結果（10年間）

4 関西調査との比較

5 電車内の情報メディア利用の推移

関西調査

調査概要

- ✓ 同時期に、同一の方法で実施（2013年）
- ✓ 4路線で実施

JR大阪環状線

JR東西線

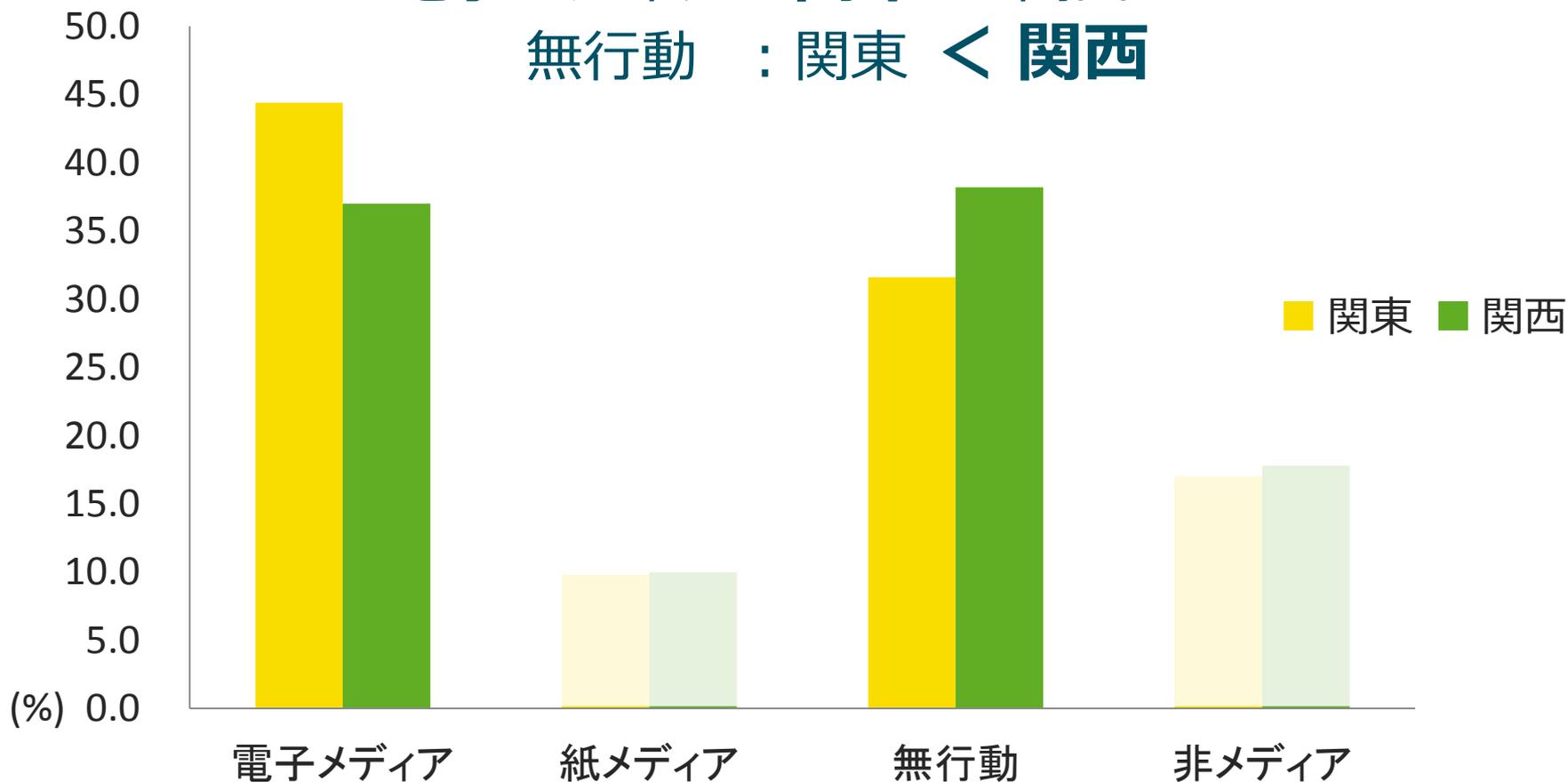
阪急京都線

地下鉄御堂筋線

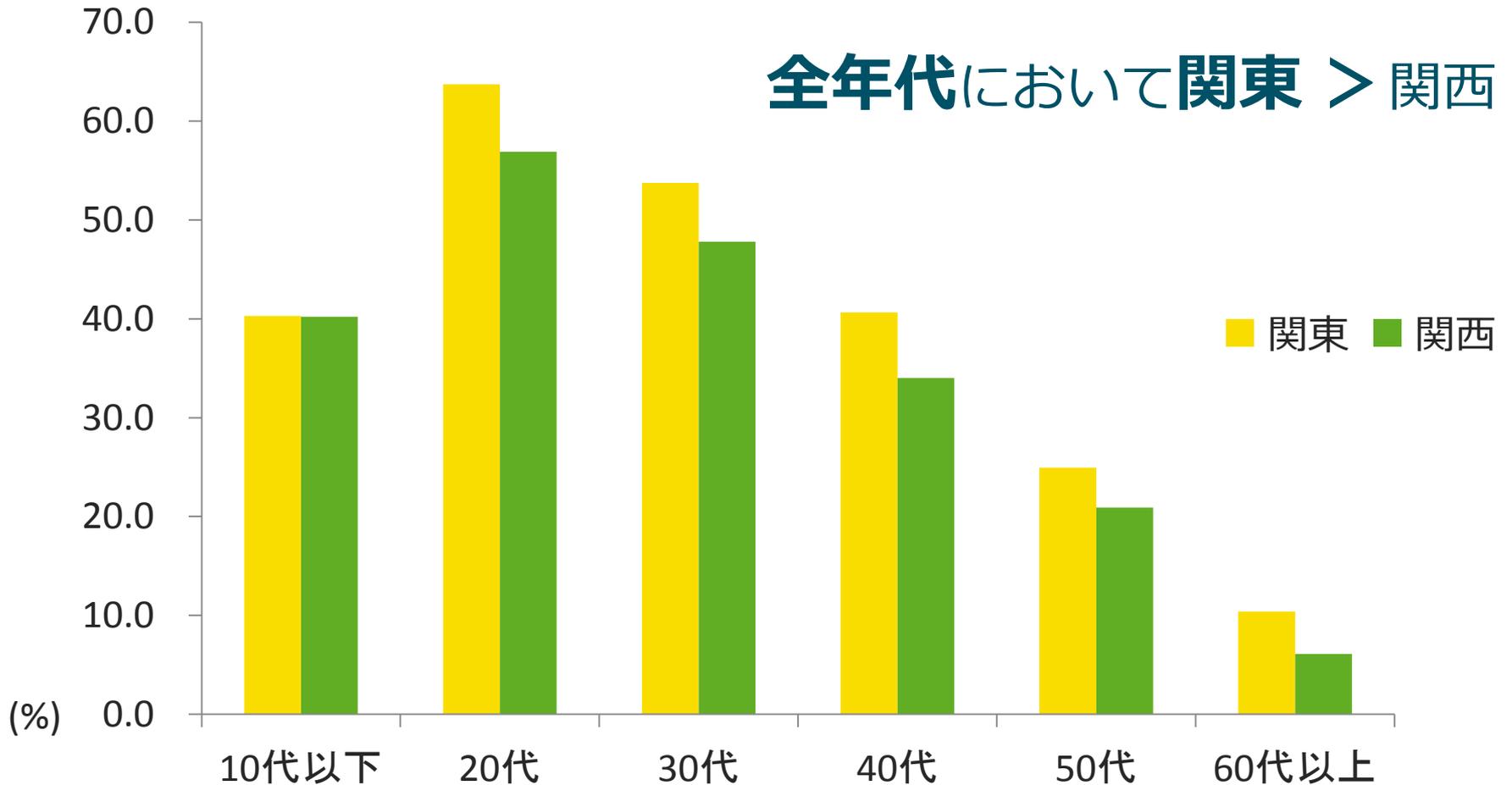
関東・関西のメディア利用の比較

電子メディア：関東 > 関西

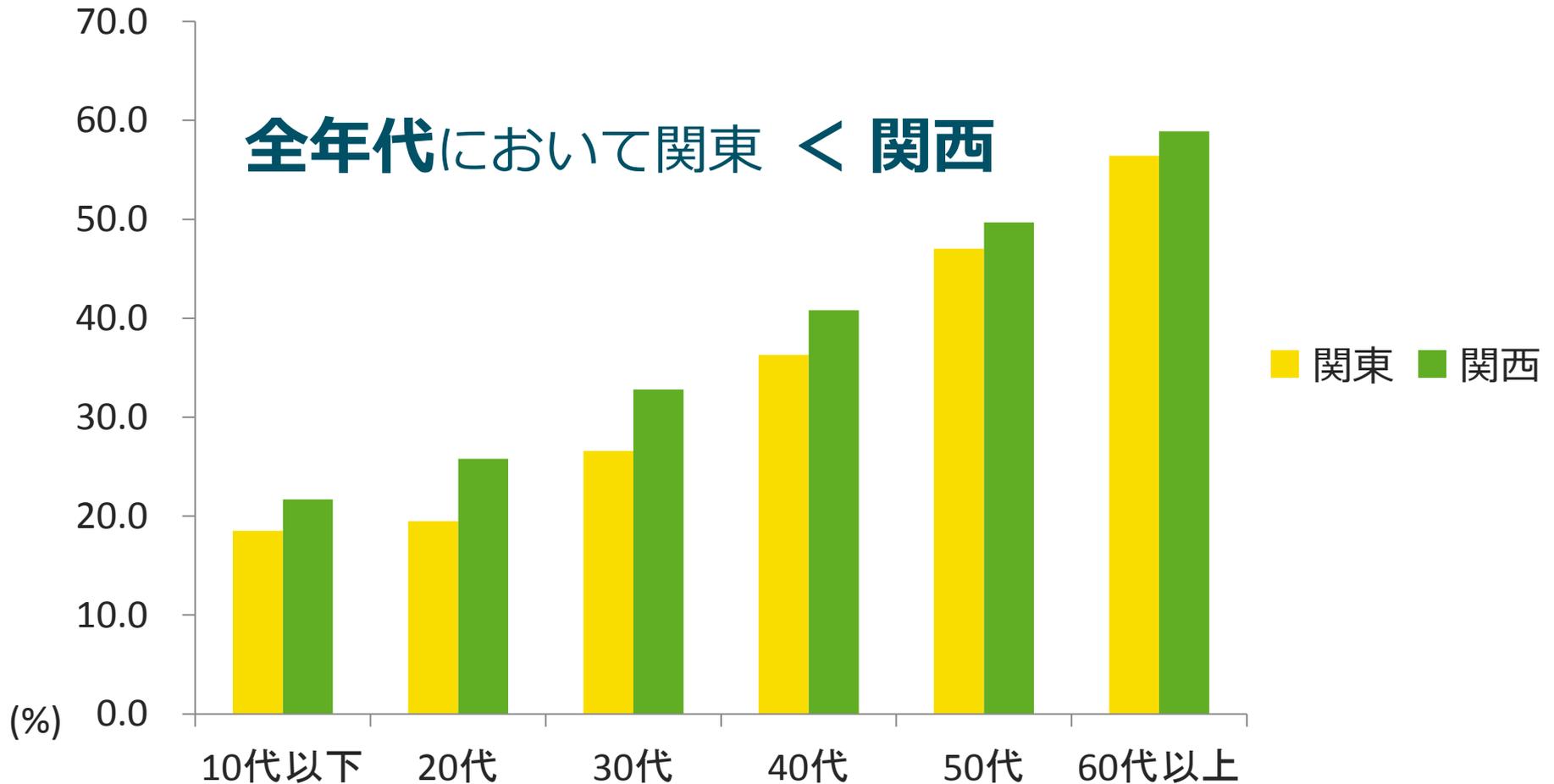
無行動：関東 < 関西



関東・関西の電子メディア率



関東・関西の無行動率



本日の発表の流れ

1 本研究の目的と意義

2 電車内情報メディア利用調査

3 メディア利用調査の結果（10年間）

4 関西調査との比較

5 電車内の情報メディア利用の推移

電車内のメディア利用

全体

電子
メディア

その他

地域

電車内のメディア利用（1）

全体

- ✓ 04年～11年調査：**無行動率**が最も多い
- ✓ 12年調査～：**電子メディア率**が上回る

要因として スマートフォンの普及
高性能化・多機能化

何もしていなかった人も電子メディアを利用か？

電子
メディア

その他

地域

電車内のメディア利用（2）

電子メディア

- ✓ **携帯操作**が全行動の35%
- ✓ **20代**を頂点に利用率低下
- ✓ **全ての年代**において年々増加

地域

全体

その他

電車内のメディア利用（3）

地域

✓ 関東の方が電子メディア率が高い

✓ 関東：電子メディア > 無行動

関西：電子メディア < 無行動

要因として…スマートフォンの保有率か？

東京：75.9%

大阪：65.4%（総務省調査2013^注）

その他

電子
メディア

全体

注 総務省. 平成25年通信利用動向調査（世帯主）

電車内のメディア利用（４）

その他

- ✓ 車内広告：05年～06年調査で増加
⇒近年は減少傾向

全体

地域

電子
メディア

電車内のメディア利用（5）

全体

電子
メディア

その他

地域

電車内のメディア利用（5）

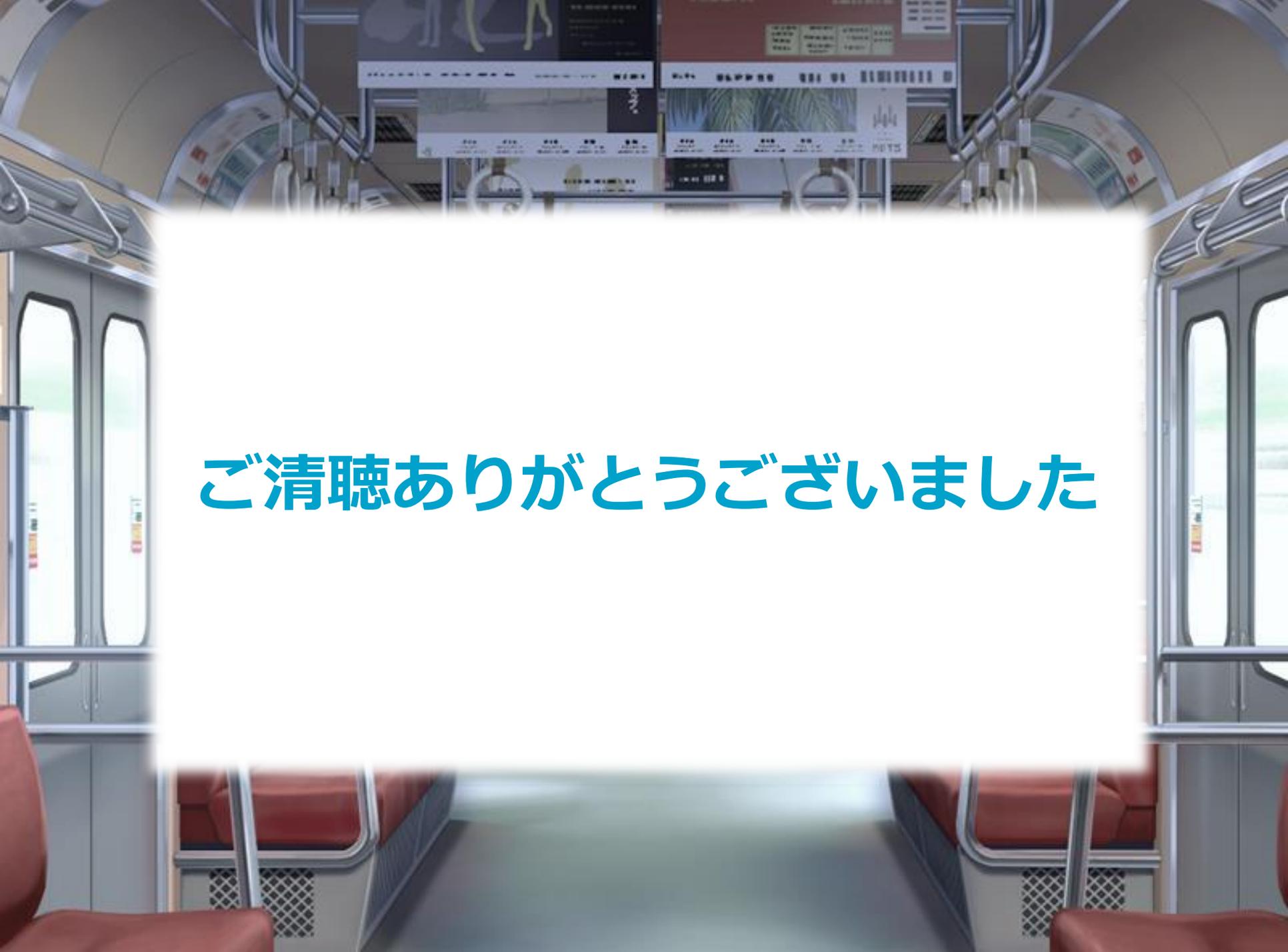
全体

電子
メディア

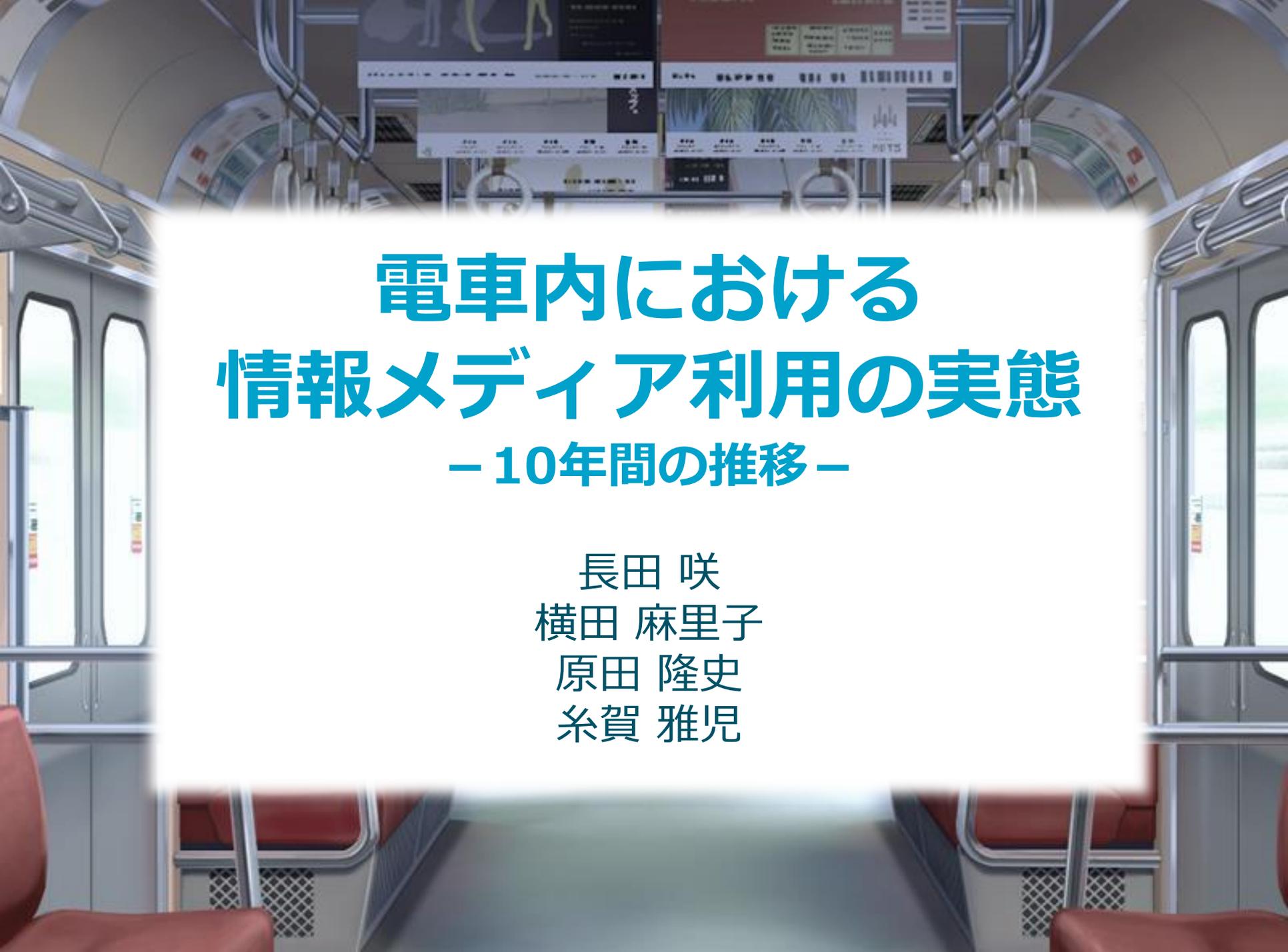
電車内で利用されるメディアの変遷を確認

その他

地域

The image shows the interior of a train car. In the center, there is a large white rectangular box containing the Japanese text "ご清聴ありがとうございました" (Thank you for listening). The background is a blurred view of the train's interior, including overhead luggage racks, handrails, and rows of red seats. The text is written in a bold, blue, sans-serif font.

ご清聴ありがとうございました



電車内における 情報メディア利用の実態 － 10年間の推移 －

長田 咲
横田 麻里子
原田 隆史
糸賀 雅児